



Sophie Noël

L'édition indépendante critique
Engagements politiques et intellectuels

Presses de l'enssib

Chapitre 3. De l'autre côté du miroir : la situation de quelques éditeurs critiques en Grande-Bretagne

DOI : 10.4000/books.pressesenssib.1121
Éditeur : Presses de l'enssib
Lieu d'édition : Presses de l'enssib
Année d'édition : 2012
Date de mise en ligne : 20 juillet 2017
Collection : Papiers
ISBN électronique : 9782375460498



<http://books.openedition.org>

Référence électronique

NOËL, Sophie. *Chapitre 3. De l'autre côté du miroir : la situation de quelques éditeurs critiques en Grande-Bretagne* In : *L'édition indépendante critique : Engagements politiques et intellectuels* [en ligne]. Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2012 (généré le 01 février 2021). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/pressesenssib/1121>>. ISBN : 9782375460498. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.pressesenssib.1121>.

CHAPITRE 3

DE L'AUTRE CÔTÉ DU MIROIR : LA SITUATION DE QUELQUES ÉDITEURS CRITIQUES EN GRANDE-BRETAGNE

A fin de prendre quelque recul par rapport à la situation de l'édition critique en France, ce chapitre propose de réaliser un détour par la Grande-Bretagne¹. Les éditeurs britanniques rencontrés n'ont pas été choisis au hasard, mais parce qu'ils étaient cités de manière récurrente par leurs homologues français, pour qui ils représentent à la fois des partenaires commerciaux (achat de droits) et des modèles en termes de politique éditoriale. Contemporains de Maspero, ils occupent une position plus ancienne dans le champ, et ne peuvent de ce fait être considérés comme des équivalents étrangers des éditeurs critiques français. Examiner leur situation et leur pratique est néanmoins éclairant dans la mesure où ils incarnent un des possibles de l'édition indépendante critique de façon presque expérimentale². Tout en étant proche de l'édition française par bien des aspects, l'édition britannique présente des caractéristiques très particulières du fait de son inscription dans un marché *de facto* mondial, très lié aux États-Unis, et dans un cadre réglementaire libéralisé depuis l'abandon du Net Book Agreement en 1995. Cette proximité dans la différence fait tout l'intérêt d'une comparaison qui permet d'éclairer certains points aveugles du marché du livre en France, notamment concernant la relation au marché.

Trois maisons d'édition britanniques spécialisées dans les essais de sciences humaines et la théorie critique, indépendantes d'un point de vue capitalistique et politiquement engagées, sont ici analysées. Créées dans les années 1970, ces maisons ont été confrontées à un contexte économique de plus en plus difficile, et ont dû évoluer pour ne pas disparaître.

-
1. Une version antérieure de ce texte a été publiée sous le titre « Indépendance et édition politique en Grande-Bretagne. Le cas de quelques éditeurs "engagés" », *Communication & langages*, décembre 2011, 170, pp. 73-85.
 2. Pour donner toute sa dimension, cette incursion dans le champ éditorial britannique mériterait d'être systématisée et approfondie, ce qui n'a pas été possible dans le cadre de cette recherche.

Ces ajustements les ont conduites à articuler une identité « radicale » avec une volonté assumée de s'inscrire dans le marché, qui se manifeste notamment par l'adoption de normes gestionnaires strictes et d'un marketing offensif. En effet, alors que les ouvrages que publient ces éditeurs condamnent la recherche de profit et affirment la nécessité d'imposer d'autres principes de régulation du monde, leur pratique fait de la réussite commerciale l'unique étalon de leur indépendance.

LE MARCHÉ DE L'ÉDITION EN GRANDE-BRETAGNE

Il est tout d'abord indispensable de donner un aperçu du contexte économique et institutionnel dans lequel s'inscrit l'activité éditoriale de l'autre côté de la Manche. Rappelons que la Grande-Bretagne est l'un des premiers producteurs de livres au monde, avec une production annuelle de près de 152000 titres en 2010³, ce qui s'explique par l'importance du marché international auquel s'adressent potentiellement les ouvrages en langue anglaise⁴. Cette donnée est essentielle dans la mesure où elle contribue à modifier toute l'économie de leur activité par rapport à leurs homologues français par exemple, qui disposent d'un bassin linguistique bien moins vaste.

Un marché dérégulé et concentré

La Grande-Bretagne n'a pas de tradition d'intervention de l'État dans le domaine de la culture au sens large. Comme l'a souligné Christophe Charle, le marché y est historiquement la principale instance d'évaluation et de hiérarchisation des biens⁵. Dans le secteur de l'édition, qui relève du ministère de l'Industrie, il n'existe de ce fait aucun système de subventions ou d'aides publiques spécifiques, en dehors des aides ponctuelles aux petites entreprises (tous secteurs confondus) accordées par l'Arts Council (aide à la réalisation de sites Internet, ou à la formation par exemple) et d'un taux de TVA de 0 % pour les livres⁶.

3. Nouveautés et nouvelles éditions. Source : Nielsen Book, 2010.
 4. Les exportations représentent 40 % en volume de la production britannique, soit l'un des taux les plus élevés au monde. Source : *UK Book Publishing Industry Statistics Yearbook*, The Publishers Association, 2010.
 5. Christophe Charle, *Les intellectuels en Europe au XIX^e siècle : essai d'histoire comparée*, Paris, Le Seuil, 1996, p. 228 sq.
 6. Lequel risque d'être remis en cause avec le livre numérique. Signalons qu'environ 20 % des sommes collectées par la Loterie nationale britannique sont versés aux Arts Councils depuis 1993.

Depuis l'abandon du Net Book Agreement en 1995, qui instituait un système de prix fixes pour le livre depuis 1900, le marché britannique du livre n'obéit plus à un régime dérogatoire, comme c'est le cas en France avec la loi Lang. Si la disparition de ce système de contrôle des prix n'a pas eu les répercussions catastrophiques qui avaient parfois été prédites⁷, elle n'en a pas moins eu des effets profonds sur l'économie de l'édition, suscitant notamment une concurrence exacerbée autour des best-sellers, un durcissement des relations entre éditeurs et points de vente au détriment des premiers, et une surenchère sur les remises accordées⁸.

Le pays a par ailleurs connu un fort mouvement de concentration, qui a débuté comme en France dans les années 1960, puis s'est accéléré dans les années 1980 et 1990. Des conglomérats diversifiés regroupant plusieurs marques éditoriales, au rayon d'action de plus en plus international, se sont progressivement substitués aux nombreuses maisons indépendantes qui dominaient le secteur (MacMillan, Longman, Routledge, Jonathan Cape, pour n'en citer que quelques-unes). Parallèlement à cette forte concentration, qui voit 5 grands groupes (Hachette UK, Bertelsmann, Pearson, News Corporation et Holtzbrinck) représenter plus de 50 % du marché actuel, l'édition britannique se caractérise, comme en France, par une frange importante de petites maisons d'édition indépendantes positionnées sur des niches diverses⁹. Le secteur se définit par conséquent par une polarisation croissante entre ces deux pôles, et une disparition progressive des entreprises de taille moyenne. La création en 2005 d'un groupement d'éditeurs indépendants, l'Independent Alliance, fédérant plusieurs petites structures autour de l'éditeur littéraire Faber, est l'un des signes du « regain » des indépendants outre-Manche, traditionnellement peu enclins à la mutualisation et à l'action collective. L'accord porte principalement sur la diffusion, Faber assurant la représentation des éditeurs, mais s'étend également à la distribution et aux négociations avec les fournisseurs. Il a permis à ces éditeurs d'accéder au circuit des supermarchés et des grandes chaînes, qui leur était jusqu'alors fermé, alors qu'il occupe une place prépondérante dans la vente de détail.

7. Francis Fishwick, Sharon Fitzsimons, *Report into the Effects of the Abandonment of the NBA*, Londres, London Book Trust, 1998.

8. Pour un tableau général des transformations ayant affecté le marché du livre en Grande-Bretagne, voir John B. Thompson, *Merchants of Culture: the Publishing Business in the 21st Century*, Cambridge, Polity Press, 2010 ; Éric de Bellaigue, *British Book Publishing as a Business since the 1960s*, Londres, The British Library, 2004.

9. Le secteur de la littérature a en particulier connu un mouvement important de création de petites maisons au début des années 2000 avec *Serpent's Tail*, *Alma Books*, *Granta*, ou encore *Portobello Books*.

Marginalisation des librairies indépendantes

+++++

Le poids grandissant des grandes chaînes de librairies telles que Waterstone's (rachetée par HMV en 1998, puis par un milliardaire russe en 2011), WH Smith et Borders a profondément affecté l'ensemble de la chaîne du livre en Grande-Bretagne depuis 1982, date de l'ouverture du premier magasin Waterstone's à Londres. Au total, les chaînes représentaient 30 % du marché en volume en 2010¹⁰. Mais les canaux qui ont le plus progressé ces dernières années sont les ventes par Internet (26 % des ventes de détail en volume) et les supermarchés (13,6 %), qui ont doublé en l'espace de deux ans leurs parts de marché, mettant en péril le modèle des « superstores »¹¹. Confrontées à une concurrence accrue, les chaînes ont radicalement modifié leur politique d'achat, en réduisant leur offre, en se recentrant sur les livres à rotation rapide, et en accordant une place centrale aux promotions, avec la banalisation des campagnes « 3 livres pour le prix de 2 ». Ce revirement a contribué à modifier le rapport de force avec les éditeurs, confrontés à des conditions commerciales extrêmement dures, avec notamment l'imposition de remises de plus de 50 % qui pèsent sur leurs marges (et jusqu'à 60 % dans les secteurs les plus commerciaux). La conséquence principale de ces évolutions a été le déclin des librairies indépendantes, qui n'assurent plus que 4,5 % des ventes en volume en 2010¹². On estime que plus de 400 d'entre elles (soit près du quart du total) ont fermé depuis 1995, et ce malgré un certain retour en grâce des librairies de conseil dans les centres-villes¹³.

RESTER INDÉPENDANT SANS ALTÉRER SON IDENTITÉ

+++++

C'est dans ce contexte spécifique, à la fois proche de la situation française dans son évolution générale – concentration et internationalisation croissantes – et distinct sur un certain nombre de points cruciaux – absence de réglementation du marché, moindre poids des librairies indépendantes, et accès à un marché mondial – qu'évoluent les trois éditeurs sélectionnés. Verso, Pluto Press et Zed Books sont des maisons indépendantes créées entre la fin des années 1960 et le début des années 1970 à Londres. Pluto

10. Source : Books and Consumers, BML/TNS Marketing Ltd, 2011.

11. Source : *ibid.* La faillite de Borders en 2009 est l'une des conséquences de ce changement et de la perte d'identité des grandes chaînes.

12. Source : *ibid.*

13. Les « petites chaînes » à assise locale ou régionale ont été les premières touchées, à l'image de Heffers, racheté par Blackwell, et de Bookworms par Ottakar's en 1998.

était à l'origine la maison d'édition du mouvement trotskiste anglais International Socialism créé en 1962, qui deviendra le Socialist worker's party (SWP) en 1977, dont elle s'est séparée en 1979. Sans attache partisane directe, elle se définit aujourd'hui comme « marxiste non alignée » regroupant divers courants d'extrême gauche (libertaires, marxistes humanistes, altermondialistes). Verso est issu de la *New Left Review*, revue influente fondée en 1960 sur le modèle des *Temps modernes* par des dissidents du parti communiste britannique, dont l'historien E. P. Thomson et Stuart Hall, l'un des fondateurs des *cultural studies*. La revue sera reprise par Perry Anderson et Robin Blackburn, de la Nouvelle nouvelle gauche, deux ans plus tard, qui lui donneront une inflexion plus internationaliste et révolutionnaire¹⁴. New Left Books, la première émanation éditoriale de la revue, est créée en 1969 avec la volonté d'introduire la philosophie « continentale » en Grande-Bretagne. Gramsci, Lukács, Levi-Strauss, Althusser, Reich, Benjamin comptent parmi les premiers auteurs traduits. Comme les éditions Maspero, dont elle tire son inspiration, la maison se définit par des choix éditoriaux éclectiques, allant des précurseurs du marxisme à la linguistique, de l'architecture à la psychanalyse, de l'anthropologie aux révolutionnaires du Tiers-Monde. Quant à Zed Books (Zed Press à l'origine), la maison a été créée en 1977 avec l'objectif de publier des ouvrages consacrés aux pays émergents et du Tiers-Monde. Après le départ d'un de ses fondateurs en 2005, Robert Molteno, la maison a évolué vers une sensibilité plus altermondialiste et féministe, en visant de plus en plus le marché universitaire. Son identité est indissociable de son statut de coopérative, unique sur le marché britannique. Elle est aujourd'hui liée à The New Politics Network, un *think tank* créé en 2000, proche de l'ancien parti communiste britannique.

La production des trois éditeurs, marquée par l'engagement à gauche, est centrée sur le domaine des sciences humaines avec un positionnement éditorial au carrefour des secteurs universitaire et grand public que l'on pourrait comparer à celui de La Découverte en France. À la tête d'un fonds important (entre 400 et 600 titres disponibles), ces maisons produisent de 50 à 80 titres par an avec des équipes de 6 à 12 personnes pour un chiffre d'affaires compris entre 1,34 million de livres pour Zed Books (environ 1,6 million d'euros) et 2,7 millions de livres pour Verso (3,4 millions d'euros). Ce sont de fait des éditeurs tout à fait professionnalisés.

14. Sur Perry Anderson et la *New Left Review*, se reporter à Paul Blackledge, *Perry Anderson, Marxism and the New Left*, London, The Merlin Press, 2004.

Malgré de nombreux avatars financiers (voir *infra*) dans un contexte très différent de celui ayant présidé à leur création, ces maisons d'édition ont maintenu leur indépendance capitalistique sans renier leur ancrage politique. Cette indépendance est garantie de manière statutaire par une fondation pour deux d'entre elles – Pluto et Verso, qui sont par ailleurs des *limited companies* (SARL) – et par un statut de coopérative pour Zed Books. Le rachat ou la fusion avec une structure plus importante n'est donc pas envisagé. La diffusion est soit réalisée en interne (Verso), soit sous-traitée à une équipe partageant les mêmes valeurs (Zed Books), et la distribution est dans les trois cas déléguée¹⁵.

Une identité politique maintenue

Plusieurs décennies après leur création, le capital politique de ces maisons n'est pas qu'un souvenir glorifié des « années militantes », mais un élément positif d'identification et d'implication pour les personnes y travaillant. Immédiatement mis en avant au cours des entretiens par des responsables ou animateurs au profil militant, il est également décliné de manière ostensible dans les catalogues, sites Internet et divers documents mettant en scène leur identité. Les termes *radical*, *critical*, *independent* et *progressive* y apparaissent de manière récurrente.

Si l'on étudie de plus près la manière dont s'objective ce capital politique, on constate que se trouve rassemblée dans les trois catalogues la grande majorité des intellectuels et universitaires de gauche critique de la fin du xx^e et du début du xxi^e siècle¹⁶. Cet effet de concentration contribue à créer une identité forte et cohérente.

Les auteurs se répartissent en trois groupes principaux : les classiques révolutionnaires chez Pluto et Verso (Marx, Gramsci, Rosa Luxemburg...), avec des rééditions de textes emblématiques, comme chez les éditeurs critiques français ; les penseurs contemporains issus de divers courants de la gauche critique et altermondialiste : Tariq Ali, Samir Amin, Noam Chomsky, Howard Zinn, Immanuel Wallerstein, Vandana Shiva... ; enfin, les principaux penseurs français « radicaux » de l'après-guerre – Althusser, Debord, Derrida, Deleuze, Badiou, Kristeva, Baudrillard,

15. Pluto a tenté il y a quelques années de monter une structure de distribution autonome, avant de renoncer, les marges étant trop faibles.

16. Seuls Polity Press et Routledge pourraient à l'heure actuelle, sur le marché britannique, représenter une concurrence sur le plan de l'accumulation de capital symbolique lié à des auteurs universitaires prestigieux et, pour certains, « radicaux ».

Gorz – principalement chez Verso, mais également chez Pluto (Bourdieu, Baudrillard, Debord). L'importation d'auteurs étrangers, et plus particulièrement « continentaux », a joué un rôle essentiel dans l'affirmation d'une identité radicale dans le champ éditorial britannique dans les années 1970 et 1980. Elle s'est nettement réduite aujourd'hui, même si elle joue toujours une fonction distinctive évidente sur un marché caractérisé par le taux de traduction le plus faible au monde avec les États-Unis (4 %) ¹⁷. Verso, dont le catalogue se composait presque exclusivement de traductions à l'origine, a réduit cette part à moins de 10 %, avec 2 ou 3 titres par an, tout en continuant à miser ponctuellement sur des traductions de grande envergure telles que *Le nouvel esprit du capitalisme* de Luc Boltanski et Ève Chiapello, parue en 2005 ¹⁸.

La radicalité politique est également déclinée dans les intitulés de collections, explicitement politiques, qui contribuent à une efficace mise en scène de l'engagement. Chez Verso, la collection « Révolutions » regroupe des « classiques révolutionnaires présentés par les auteurs radicaux d'aujourd'hui » (par exemple, *Slavoj Žižek présente Trotsky* ¹⁹), tandis que la collection de poche « Radical thinkers » présente la pensée critique des grandes figures du xx^e siècle avec une soixantaine de titres. Pluto compte une collection « Classiques marxistes » et une collection « Grands théoriciens », qui fournit une introduction critique à l'œuvre d'auteurs comme Benjamin, Foucault, Deleuze et Kristeva.

Enfin, le développement de canaux de diffusion alternatifs participe de l'affirmation de l'identité politique de ces éditeurs : les coéditions et éditions « sur mesure » réalisées par Pluto avec plusieurs ONG et organismes syndicaux ou associatifs en sont une illustration. Ces circuits parallèles fournissent une réponse aux problèmes de trésorerie dans la mesure où les ouvrages sont achetés en quantité, avant impression, et un moyen de contourner les grandes chaînes de librairies et les grossistes, qui imposent des conditions commerciales drastiques. Les efforts en direction des marchés émergents comme la Corée et l'Inde, avec le développement de licences avec des éditeurs locaux idéologiquement proches, mais aussi d'échange de droits en sont une autre. Internet a de ce point de vue offert de nouvelles opportunités, notamment en termes de marketing et de promotion des titres. Comme l'explique la responsable de Pluto :

17. Voir Gisèle Sapiro, *Translatio. Le marché de la traduction en France à l'heure de la mondialisation*, Paris, CNRS Éditions, 2008 (coll. Culture & société), p. 31.

18. Luc Boltanski, Ève Chiapello, *The New Spirit of Capitalism*, trad. G. Elliott, Londres, Verso, 2005.

19. Slavoj Žižek, *Slavoj Žižek presents Trotsky. Terrorism and communism*, Londres, Verso, 2007.

« Être un éditeur de sciences sociales de gauche aujourd'hui, c'est être sur une niche. Mais je crois que nous pouvons réussir avec les livres que les "gros" ne veulent plus, nous pouvons les faire marcher. C'est vrai que l'espace s'est réduit. Mais je ne pense pas que ça continue, et d'autres espaces sont en train de s'ouvrir. »

Un marché hybride

+++++
L'élargissement du lectorat est un autre moyen de maintenir leur position. Strictement militants à l'origine, ces éditeurs visent aujourd'hui le lectorat universitaire et le grand public « cultivé » en plus de ses appuis traditionnels (ONG, syndicats, associations). On retrouve cette diversité chez les auteurs, lesquels sont très majoritairement issus du monde académique, mais comptent aussi une part d'institutionnels issus d'organismes internationaux et de diverses associations, ainsi que quelques journalistes, avec des dosages variables selon les catalogues. Les collections orientées vers le lectorat étudiant se sont multipliées dans les années 1990 : dictionnaires thématiques et *textbooks* destinés à être adoptés par les enseignants chez Zed Books, *readers* chez Verso et Pluto, petits ouvrages de synthèse chez Verso. Les textes sont soigneusement préfacés et présentés par un spécialiste fournissant une « introduction critique »²⁰. Ces éditeurs sont très actifs en direction des universités : visites aux enseignants et envois ciblés de spécimens sont des pratiques commerciales courantes, auxquelles s'ajoutent le développement de l'impression à la demande et l'investissement dans le numérique. Les disciplines couvertes, au-delà du noyau dur des sciences humaines (sciences politiques, histoire, relations internationales, économie) incluent également différentes branches des *studies* – *media, gender, development studies* – qui reflètent les découpages disciplinaires en vigueur dans l'université britannique. Une part importante de la production est consacrée aux zones culturelles : Afrique, Asie, Océanie, Moyen-Orient, avec de nombreuses collections thématiques, notamment chez Zed Books.

D'une manière générale, ces trois éditeurs tentent d'associer légitimité académique, engagement politique et ouverture vers un lectorat élargi, pour s'assurer des débouchés commerciaux plus confortables après le

20. Le monde universitaire anglo-saxon se caractérise par la prolifération des commentaires « sur » les grands auteurs (*readers, digests, etc.*). Sur ce point, voir François Cusset, *French Theory. Foucault, Derrida, Deleuze et Cie et les mutations de la vie intellectuelle aux États-Unis*, Paris, Éditions La Découverte, 2003, p. 209.

reflux du gauchisme à la fin des années 1970. La présentation de Verso sur son site le montre bien : « L'entreprise continuera à évoluer vers l'édition généraliste sans remettre en cause son engagement militant ». Les ouvrages de Mike Davis incarnent cette volonté de concilier capital symbolique et potentiel commercial. L'auteur, urbaniste nord-américain bien connu des milieux altermondialistes, réalise des ventes importantes, dépassant largement les cercles militants. *Buda's wagon. A brief history of the car bomb*, paru en 2007²¹, a ainsi bénéficié d'un tirage mondial de 30 000 exemplaires.

L'ALLIANCE DU RADICALISME ET DU PRAGMATISME

+++++

Le marché comme garant de l'indépendance

+++++

Comme tous les éditeurs indépendants disposant de capitaux financiers réduits, Verso, Zed Books et Pluto Press ont connu plusieurs périodes de difficultés depuis leur création, et leur activité reste marquée par la précarité et le risque constant de disparition. Verso fournit sur ce point un exemple représentatif d'ajustements progressifs : l'éditeur a connu plusieurs passes difficiles dans les années 1970, sous l'appellation New Left Books, puis à nouveau dans les années 1980, malgré un modèle économique rationalisé. L'entreprise a dû être renflouée à plusieurs reprises par ses fondateurs tandis que les équipes de direction se succédaient. Diverses stratégies ont été élaborées pour limiter les pertes financières récurrentes : une attention accrue aux débats intellectuels britanniques dès le milieu des années 1970 et la réduction de la part de traductions ; l'ouverture aux courants poststructuralistes (Foucault, Derrida, Deleuze...) et l'augmentation de la production (en particulier des poches) au cours des années 1980 ; le développement de la production en direction du marché américain – lequel représente plus de la moitié des ventes – avec le lancement d'une collection spécifique, « Haymarket Series », en 1986. Enfin, au cours des années 1990, Verso a renoué avec l'éclectisme de ses origines, s'ouvrant à de nouveaux sujets et disciplines (musique, voyages, urbanisme, *cultural studies*). La maison a cherché à élargir son lectorat grâce à une image « branchée », qui s'exprime notamment dans une identité visuelle particulièrement soignée, et à accroître sa visibilité médiatique.

21. L'ouvrage a été publié en France par Zones (La Découverte) en 2007, sous le titre *Petite histoire de la voiture piégée*.

Sa présence aux États-Unis a encore été accentuée avec l'ouverture d'un bureau à New York en 1995²². Un cap a été franchi en 2005, date à laquelle Giles O'Bryen, issu de l'édition généraliste (Fourth Estate) et de la presse magazine (le groupe Emap), a été nommé à la direction générale avec la mission explicite de faire gagner de l'argent à l'entreprise :

« Je crois que Verso a adopté au cours de ces dernières années une vision plus gestionnaire de son activité, en partie parce que nous avons perdu beaucoup d'argent, beaucoup trop d'argent. On m'a engagé pour donner une orientation plus *business*, pour dire que nous avons besoin de gagner de l'argent [...]. »

On retrouve cette même pression financière chez Pluto Press :

« Nous avons eu énormément de crises, énormément. Beaucoup de problèmes financiers, pour payer les droits d'auteur, les fournisseurs... Des problèmes parce que nous n'étions pas payés par les libraires, les grossistes et les distributeurs. C'est toujours très tendu financièrement. »

Ainsi que chez Zed Books :

« Nous devons sans cesse jongler entre l'argent qui rentre et l'argent qui sort, les factures à payer. Nous devons essayer d'équilibrer les livres qui partent chez l'imprimeur et ceux qui sont publiés chaque mois. Il faut sans cesse faire rentrer de l'argent. »

Des constats qui sont loin d'être inhabituels dans l'univers économiquement fragile de l'édition indépendante où l'absence de moyens se traduit souvent par une grande dépendance vis-à-vis des institutions bancaires et/ou publiques. Plus surprenantes sont par contre les solutions qui ont été développées pour faire face à cette précarité.

Pour surmonter les difficultés financières, un seul recours possible en l'absence de structures d'aides publiques : gagner de l'argent, jouer selon les règles du marché. Ce dernier n'est par conséquent pas perçu comme un principe hétéronome mettant en péril leur autonomie, mais bien plutôt comme un mode d'évaluation indispensable de l'activité leur donnant les moyens de travailler en toute indépendance. Il y a donc renversement de la grille de lecture et des valeurs dominantes chez un grand nombre d'éditeurs indépendants français. Si l'on se réfère aux deux modèles dégagés dans le chapitre précédent, les marges de manœuvre sont très faibles hors

22. Je remercie Sébastien Budgen de Verso qui m'a fourni ces informations.

de la voie du développement dans un cadre professionnel sur le marché éditorial britannique²³. Comme l'indique le responsable de Verso :

« [...] Nous voulons publier des livres qui se tiennent tout seuls. Si nous publions des livres dans lesquels nous croyons, que nous jugeons de qualité et qui ne se vendent pas assez, alors nous devons vraiment nous remettre en cause. [...] Si nous ne parvenons pas à faire partager nos livres et nos idées, cela veut dire que nous devrions sans doute faire autre chose parce que nos idéaux n'intéressent personne d'autre que nous, auquel cas il vaut mieux arrêter. Il est préférable de gagner de l'argent en publiant de bons livres plutôt qu'en dépendant d'autres personnes pour nous faire vivre. »

Mais ce type de propos est rendu possible par le fait que l'autorité symbolique au sein de Verso se trouve plutôt du côté de la *New Left Review*, qui a maintenu son magistère intellectuel, notamment par le biais de l'historien Tariq Ali, membre du comité éditorial, qui incarne l'engagement politique et intellectuel de la maison. On retrouve ici la logique du binôme entre un représentant du principe symbolique (ici politique) et un représentant du principe économique, chacun incarnant une rationalité irréductible à l'autre dans un rapport d'équilibre des forces²⁴.

« L'obsession du profit »

+++++

Au niveau du fonctionnement au jour le jour, le peu de ressources se traduit par une certaine « obsession du profit », si l'on en croit la directrice générale de Pluto Press. Cette dernière a recruté en 2006 un directeur financier (« à l'essai et à mi-temps », comme elle le précise malicieusement) pour l'aider dans la réalisation d'ambitieux objectifs financiers, qui consistent à « ne pas initier de projet qui ne permette pas de doubler la mise. Un livre qui coûte £5 000 à fabriquer doit rapporter £10 000 ». Pour y parvenir, elle déclare avec une ironie non dissimulée « se consacrer totalement au profit », signalant volontiers sa formation « dans une excellente *business school*, comme toute bonne marxiste »²⁵ :

« Nous cherchons à améliorer notre productivité. Cela surprend parfois les gens : nous sommes un éditeur soi-disant marxiste et nous parlons de

23. Sachant que le financement par des fondations, tel qu'il est pratiqué aux États-Unis, est peu développé en Grande-Bretagne. Sur la situation des presses universitaires, lire André Schiffrin, « L'édition anglo-américaine entre dépolitisation et commercialisation : l'exemple des essais et des presses universitaires », in Gisèle Sapiro (dir.), *Les contradictions de la globalisation éditoriale*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2009, pp. 81-92.

24. Ève Chiapello, *Artistes versus managers : le management culturel face la critique artistique*, Paris, Métailié, 1998 (coll. Leçons de choses), pp. 161-165.

25. La directrice générale de Pluto Press a travaillé chez Penguin, puis dans plusieurs petites maisons d'édition à l'identité politique avant de racheter une partie du capital de Pluto Press.

manière très enthousiaste de profit. Nous sommes très bons sur le profit, nous nous consacrons avec ferveur au profit. [Rires] »

L'humour permet à la responsable d'avancer des propositions paradoxales (idéaux marxistes / recherche « obsessionnelle » du profit), et de jouer sur les contradictions flagrantes de ses propos pour mettre en scène l'originalité de sa maison d'édition et son caractère sympathique de petit éditeur engagé, ayant fermement les pieds sur terre²⁶. Son intérêt claironné pour le profit dépasse pourtant le stade de la provocation verbale destinée à amuser ses interlocuteurs. Car elle fournit en parallèle une multitude de chiffres précis relatifs à la dimension financière de son activité. Son discours est émaillé de termes caractéristiques du monde de l'entreprise, sans doute acquis lors de sa formation en école de commerce : marges, rentabilité, coûts, etc.

Normes gestionnaires et marketing banalisé

+++++

Chez Zed Books, l'objectif de rentabilité est conditionné par la nécessité de « réinvestir dans l'édition et en faveur de [notre] engagement éthique envers les pays du Sud »²⁷. La recherche de profit est donc mise au service d'un idéal politique, qui justifie l'adoption de normes importées d'un univers *a priori* très éloigné, celui de la grande entreprise. En tant que coopérative, Zed Books fonctionne en effet selon des principes d'égalité des salaires, d'absence de hiérarchie, et de processus décisionnel collectif. La maison édite pourtant un *business plan* très détaillé qui n'a rien à envier à celui d'un grand groupe d'édition, si ce n'est la réaffirmation constante de sa mission humaniste. Cet argument revient comme un leitmotiv dans l'autoprésentation de l'éditeur :

« Nous voulons prouver qu'une maison d'édition avec un fonctionnement démocratique peut réussir dans un cadre commercial et consacrer son énergie à la publication d'ouvrages à contenu éducatif, en faveur d'un monde plus juste, plus écologique et plus responsable. »²⁸

La tension est criante entre des objectifs chiffrés extrêmement précis et, le plus souvent, très ambitieux, qui ne peuvent que surprendre quand on connaît les conditions de fonctionnement d'une petite maison d'édition, et l'affirmation d'idéaux de justice et de diffusion des savoirs, le

26. Un des arguments mis en avant pour justifier cette recherche de profit est, en dehors de la nécessité de survivre sur un marché très concurrentiel, la volonté de « bien payer son personnel ».

27. Source : *Business plan*.

28. Source : document de présentation interne.

tout contribuant à créer un certain sentiment d'irréalité. En attestent les extraits suivants du *business plan* portant sur la période septembre 2006 - septembre 2007²⁹ :

- atteindre 1,4 million de livres de chiffre d'affaires et une marge brute d'au moins 65 %, tout en contrôlant strictement les coûts indirects ;
- tous les titres doivent atteindre le seuil de rentabilité au bout de deux ans, et à terme dix-huit mois ;
- contrôle des coûts généraux, limite des salaires à 20 % du chiffre d'affaires ;
- suivi quotidien du *cash flow*.

Ces objectifs de gestion représentent un idéal qui serait difficile à atteindre, même dans une maison d'édition adossée à un groupe. Ils remplissent cependant une fonction. Importer les critères de performance des grands groupes d'édition, tout en se situant sur des secteurs d'activité peu propices à leur réalisation, peut être analysé comme une tentative de concilier ce qui est rarement conciliable dans l'édition – le réalisme économique et la conviction politique. Ce paradoxe est en tout cas révélateur de l'imprégnation des valeurs managériales dans l'un des secteurs de l'édition les plus improbables, celui de l'édition de sciences humaines politiquement engagées.

Parallèlement aux outils de gestion, Zed Books a recours au marketing de manière banalisée. Un document spécifique de six pages à destination des auteurs et collaborateurs de la maison détaille tous les moyens mis en œuvre par l'équipe marketing pour promouvoir les ouvrages. Le document est structuré en plusieurs parties :

- marketing général (catalogues, promotions, brochures) ;
- marketing en direction des universités (spécimens, visites des campus) ;
- marketing électronique (site Internet, promotion par courrier électronique) ;
- relations presse ;
- événements (conférences, manifestations).

On ne peut qu'être frappé par le professionnalisme de ce document dont la forme emprunte aux documents marketing des grandes entreprises, en ciblant des publics spécifiques (universitaires, revues et presse alternative). Il existe bien sûr toujours un écart entre l'énonciation de

29. À usage interne, ce document nous a été communiqué par les deux éditrices rencontrées.

principes « vertueux » de la part d'une organisation, quelle qu'elle soit, et la réalité de sa pratique ; mais même en supposant que ce soit ici le cas, la simple existence de ce document est en soi remarquable. Comme l'explique une éditrice, interrogée sur les conflits éventuels entre critères marketing et évaluation de la qualité d'un ouvrage :

« Qualité et viabilité sont souvent identiques, c'est la même chose. Je ne peux pas me souvenir d'un livre que j'aurais aimé publier, mais que je n'aurais pas fait parce qu'il ne se serait pas vendu. La culture ici est plutôt de se poser la question "est-ce que ça va marcher ?" plutôt que "est-ce que ça vaut la peine de le publier ?". »

Ses propos montrent à quel point les considérations commerciales (la viabilité d'un titre) sont intimement mêlées au processus éditorial, jusqu'à ne plus être différenciées, ce qui contraste nettement avec la hiérarchisation des valeurs opérée par les éditeurs critiques dans le champ français. Au-delà de la « gestion des apparences » qu'un tel processus peut exprimer, il est malgré tout révélateur d'une importation des normes gestionnaires. De façon similaire, et pour donner un dernier exemple, l'identité de Verso, que son directeur définit comme « provocatrice » et « iconoclaste » est présentée comme une marque de fabrique (*a brand*) qui fait l'originalité de la maison d'édition et lui permet de se démarquer de ses concurrents³⁰. La radicalité politique, élément indispensable de son capital symbolique, devient ainsi un argument marketing que son directeur entend bien, sans aucun cynisme, faire fructifier :

« La seule manière de définir notre marché, c'est de dire que c'est un marché Verso, un marché structuré autour de notre marque (*brand*). Et nous faisons beaucoup d'efforts pour nous adresser plus directement à ce marché.

– *Mais vous maintenez votre identité politique ?*

Cette identité est très importante, la mettre de côté serait une folie. C'est ce qui définit notre marque. »

Pour rapide qu'il soit, ce coup de projecteur sur la situation de quelques acteurs indépendants en Grande-Bretagne permet d'éclairer les relations complexes entre édition critique indépendante et contraintes économiques. Il fournit une réponse quelque peu différente de celle des éditeurs français à la question « comment peut-on être un éditeur hétérodoxe dans

30. Le profil de Verso peut être rapproché de celui du label musical indépendant Rough Trade, créé à Londres en 1976, qui a combiné avec succès jusqu'au début des années 1990 pragmatisme économique et idéaux gauchistes. Sur ce sujet, lire Barbara Lebrun, « Majors et labels indépendants. France, Grande-Bretagne, 1960-2000 », *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, octobre-décembre 2006, n° 92, pp. 33-45.

un système de marché ? ». Il montre surtout à quel point les caractéristiques du champ dans lequel s'inscrivent les éditeurs à un moment donné du temps sont un élément structurant de leur pratique qui vient délimiter les modèles de développement qui s'offrent à eux.

La combinaison particulière de radicalité politique et de pragmatisme économique observée dans les trois maisons d'édition présentées ci-dessus est bien sûr liée à un contexte économique et institutionnel spécifique. L'absence de politique publique du livre contribue en effet à renforcer la prégnance de la dimension économique du métier d'éditeur, et à modifier de manière significative le champ des possibles pour les acteurs les plus fragiles. Ne bénéficiant d'aucun filtre entre leur activité et la sanction du marché, confrontés à une concurrence très vive et à des conditions commerciales difficiles, les éditeurs britanniques n'ont d'autre alternative que d'assumer pleinement l'aspect commercial de l'activité éditoriale. La recherche de profit n'est donc pas vécue comme antinomique avec la défense d'un catalogue politiquement engagé, et l'indépendance économique est perçue comme un prérequis indispensable à l'indépendance politique, ce qui est rarement le cas en France.

Le rapprochement avec la situation française doit cependant inciter à la prudence dans la mesure où il s'agit de deux états distincts des relations entre le champ éditorial et le champ économique, considérés à deux moments différents, même s'ils coïncident temporellement. La prise en compte du décalage structural entre les deux espaces permet de ne pas réifier les différences nationales, qui tournent facilement aux stéréotypes – engagement et radicalité vs pragmatisme – et d'éviter d'adopter le schème culturaliste comme principe explicatif. Un schème spontanément emprunté par les éditeurs rencontrés, pour qui les éditeurs critiques français incarnent une certaine image mythique de l'engagement intellectuel, renvoyant directement à Sartre. Dans le cadre d'un entretien avec un interlocuteur français, ils évoquent inévitablement l'infériorité supposée de leur position, mettant en avant le contexte économique, culturel et politique moins favorable qui est le leur, ce qui permet de justifier leur ajustement aux critères économiques dominants. Les propos du responsable de Verso sont à ce titre révélateurs du supposé anti-intellectualisme des Britanniques³¹ :

31. Sur ce point, lire Clarisse Berthézène, « Intellectuels anglais : un faux paradoxe », in Michel Leymarie, Jean-François Sirinelli (dir.), *L'histoire des intellectuels aujourd'hui*, Paris, PUF, 2003, pp. 45-61.

« Je crois que les Français sont beaucoup plus engagés, à la fois politiquement et intellectuellement que nous. Ils montrent beaucoup plus d'intérêt et de respect pour le travail intellectuel, et pour les effets que les idées politiques peuvent avoir sur le monde. »